

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLAHAN
SUSU SEGAR DI KEDAI SUSU *MOM MILK* KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI



Oleh
Jasmine Laila Safitri
H 0812088

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2016**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLAHAN
SUSU SEGAR DI KEDAI SUSU *MOM MILK* KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**

Program Studi Agribisnis

**Oleh
Jasmine Laila Safitri
H 0812088**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2016

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLAHAN
SUSU SEGAR DI KEDAI SUSU *MOM MILK* KOTA SURAKARTA**

Yang diajukan dan disusun oleh :
Jasmine Laila Safitri
H 0812088

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Pada tanggal : 12 April 2016
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan penguji

Ketua

Anggota I

Anggota II

Dr. Ir. Heru Irianto, M.M.
NIP. 19630514 199202 1 001

Erlyna Wida Riptanti, S.P., M.P.
NIP. 19780708 200312 2 002

Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S.
NIP. 19590709 198303 2 001

Surakarta, April 2016

**Mengetahui,
Universitas Sebelas Maret
Fakultas pertanian
Dekan**

Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S.
NIP. 19560225 198601 1 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi “Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Olahan Susu Segar di Kedai Susu *Mom Milk* Kota Surakarta” bisa berjalan dengan lancar. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, serta sebagai salah satu sarana untuk memperdalam pengetahuan yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.

Skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, S.P., M.Sc dan Ibu Dr. Ir. Marwanti, M.S. selaku ketua Jurusan/Program Studi dan ketua komisi sarjana Jurusan/Program Studi Agribisnis.
3. Bapak Dr. Ir. Heru Irianto, M.M. selaku pembimbing utama skripsi, yang memberikan arahan, pengetahuan, dan kesabaran dalam membimbing skripsi.
4. Ibu Erlyna Wida Riptanti, S.P., M.P. selaku Pembimbing Akademik dan pembimbing pendamping skripsi, yang sabar dalam memberikan bimbingan, masukan, serta tambahan pengetahuan yang sangat berharga.
5. Kepada Septian Raditya P. selaku supervisor kedai susu *Mom Milk* Kota Surakarta yang telah memberikan informasi dan perizinan untuk melakukan penelitian di kedai susu *Mom Milk* Kota Surakarta.
6. Ayah dan ibu tercinta, Ka Ica, dan Dik Ihsan yang selalu memberikan dorongan dan perhatian untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada sahabat-sahabat saya tersayang Khurin, Mailinda, Mariana, Dara, Dian, Lucky, Intan, dan Danu yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, dan kritik yang membangkitkan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman Agribisnis 2012 yang telah membantu dan memberikan kenangan di masa perkuliahan.
9. Seluruh pihak yang telah membantu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka kritik dan saran penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Amin.

Surakarta, 12 April 2016.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
KATA PENGANTAR	IV
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	VII
DAFTAR GAMBAR	VIII
RINGKASAN	IX
SUMMARY	X
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Tinjauan Pustaka	9
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah	25
D. Hipotesis	27
E. Asumsi	27
F. Pembatasan Masalah	28
G. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
III. METODE PENELITIAN	34
A. Metode Dasar Penelitian	34
B. Metode Penentuan Data	34
C. Jenis dan Sumber Data	35
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Metode Analisis Data	36
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Kondisi Umum Kota Surakarta	39
B. Kondisi Umum Kedai Susu <i>Mom Milk</i> Kota Surakarta	47
C. Hasil dan Pembahasan	51
V. KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Konsumsi Penduduk Kota Surakarta Untuk Produk Susu dan Telur.....	1
Tabel 2.	Luas Penggunaan Lahan Kota Surakarta Tahun 2014	40
Tabel 3.	Pertumbuhan Penduduk Kota Surakarta Tahun 2007-201.....	41
Tabel 4.	Keadaan Penduduk Kota Surakarta Menurut Jenis Kelamin Tahun 2007-2014	42
Tabel 5.	Keadaan Penduduk Kota Surakarta Menurut Kelompok Umur Tahun 2014	43
Tabel 6.	Keadaan Penduduk Kota Surakarta Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2014	44
Tabel 7.	Keadaan Penduduk Kota Surakarta Menurut Mata Pencarian Tahun 2014	45
Tabel 8.	Konsumsi Penduduk Kota Surakarta Untuk Produk Susu dan Telur Tahun 2011-2014	46
Tabel 9.	Indeks Harga Konsumen (IHK) Kota Surakarta Untuk Sub Kelompok Telur, Susu, dan Hasil-hasilnya Tahun 2014	46
Tabel 10.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 11.	Karakteristik Responden Menurut Kelompok Umur	52
Tabel 12.	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan	53
Tabel 13.	Karakteristik Responden Menurut Mata Pencarian/Pekerjaan	54
Tabel 14.	Uang Saku Untuk Pelajar/Mahasiswa Dalam Sebulan	55
Tabel 15.	Pengeluaran Untuk Orang Yang Bekerja Dalam Sebulan	56
Tabel 16.	Lama Konsumen Mengetahui Keberadaan Kedai Susu <i>Mom Milk</i> Kota Surakarta	57
Tabel 17.	Sumber Informasi Keberadaan Kedai Susu <i>Mom Milk</i> Kota Surakarta	58
Tabel 18.	Frekuensi Konsumsi Produk Olahan Susu Segat Dalam Sebulan Surakarta	59
Tabel 19.	Alasan Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian	59
Tabel 20.	Waktu Pembelian Produk Olahan Susu Segar	60
Tabel 21.	Rata-rata Pengeluaran Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Produk Olahan Susu Segar	61
Tabel 22.	Hasil Analisis Faktor	65

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler Faktor	13

RINGKASAN

Jasmine Laila Safitri. H0812088. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Olahan Susu Segar di Kedai Susu Mom Milk Kota Surakarta*. Dibimbing oleh Dr. Ir. Heru Irianto, M.M. dan Erlyna Wida Riptanti, S.P., M.P. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Kedai susu *Mom Milk* merupakan salah satu dari beragam usaha produk olahan susu segar di Kota Surakarta. Keberagaman usaha produk olahan susu segar di Kota Surakarta membuat kedai susu *Mom Milk* perlu memiliki strategi pemasaran untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menyadari kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda membuat pengusaha perlu memahami perilaku konsumen dengan menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian di kedai susu *Mom Milk* Kota Surakarta baik dari segi produk, harga promosi, dan distribusi atau sering disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dan variabel yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di kedai susu *Mom Milk* Kota Surakarta.

Metode dasar penelitian ini adalah deskriptif analitis. Metode penentuan lokasi dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu kedai susu *Mom Milk* Jalan Adi Sucipto 4, Manahan, Kota Surakarta karena kedai susu *Mom Milk* hanya memiliki 1 tempat penjualan yang berada di Kota Surakarta dengan konsep kedai susu dan merupakan pusat dari kedai susu *Mom Milk*. Metode penentuan sampel dilakukan dengan metode *judgement sampling*. Jumlah sampel ditetapkan lima kali jumlah variabel, sesuai yang disarankan untuk analisis faktor bahwa jumlah sampel yaitu empat sampai dengan lima kali jumlah variabel. Dengan demikian, penelitian ini mengambil 100 sampel karena menggunakan 20 variabel sebagai indikator penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis faktor.

Hasil penelitian menunjukkan menunjukkan bahwa dari 20 variabel yang dianalisis dapat disederhanakan menjadi 16 variabel dan tercakup dalam 4 faktor inti. Faktor tersebut berdasarkan prioritasnya adalah faktor produk dengan persentase varians sebesar 40,190%, faktor promosi dengan persentase varians sebesar 9,424%, faktor distribusi dengan persentase varians sebesar 7,523%, serta faktor iklan dan pelayanan dengan persentase varians sebesar 6,909%. Sedangkan variabel yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di kedai susu *Mom Milk* Kota Surakarta untuk faktor produk adalah variabel kualitas (*factor loading* sebesar 0,802), faktor promosi adalah variabel *open booth* (*factor loading* sebesar 0,836), faktor distribusi adalah variabel letak lokasi (*factor loading* sebesar 0,789), serta faktor iklan dan pelayanan adalah variabel media elektronik (*factor loading* sebesar 0,679).

SUMMARY

Jasmine Laila Safitri. H0812088. 2016. **Analysing considered factors by consumers in buying fresh dairy product at Kedai Susu Mom Milk in Surakarta City**. Under supervisory of Dr. Ir. Heru Irianto, M.M. and Erlyna Wida Riptanti, S.P., M.P. Faculty of Agriculture. Sebelas Maret University Surakarta.

Kedai susu *Mom Milk* is one of many business in Surakarta City. As fresh dairy products grow rapidly, kedai susu *Mom Milk* needs a marketing strategy to fulfill consumer's need and desire. The difference of consumer's needs and desires insist the entrepreneurs to learn about consumer behaviors so they can analyse considered factors to buy fresh dairy milk at kedai susu *Mom Milk* in Surakarta City which are product, price, place, and promotion, usually called as "marketing mix". The aims of this research is to know what factors considered by consumers and what dominant variables which finally consumers decide to buy fresh dairy product at kedai susu *Mom Milk* in Surakarta City.

Method used in this research is descriptive analysis, and use a purposive location as the sampling method. The location is at Jalan Adi Sucipto 4, Manahan, Surakarta City by considering that kedai susu *Mom Milk* only has one place with vintage concept and become the center of all kedai susu *Mom Milk*. The method used to choose the sample is judgement sampling. The sample is chosen based on the size of sample for analysis factor at least four or five times of total research. So, this research takes 100 samples based on 20 variables as the indicators. The data source is primary and secondary data. Data analysis used in this research is factor analysis.

The result of this research shows, from 20 variables that were analyzed, it could be reduced until 16 variables and divided into 4 core factors. The factors based on priority are products with percentage of variant 40,190%, promotion with percentage of variant 9,424%, distribution with percentage of variant 7,523%, then advertising and service with percentage of variant 6,909%. The dominant variable considered by consumers in buying decision of fresh dairy product at kedai susu *Mom Milk* in Surakarta City is quality for product factor (factor loading 0,802), open booth for promotion factor (factor loading 0,836), location position for distribution factor (factor loading 0,789), and electronic media for advertising and service factor (factor loading 0,679).